

Використання інформаційних технологій у просуванні туристських послуг харківського регіону

Т. В. ГОРДІЄНКО

Харківська національна академія міського господарства

Упровадження інформаційних технологій у туристичну галузь сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому. Інтернет у туристичному бізнесі застосовується за кількома напрямками. Один із них — використання віртуального простору для просування на ринку своїх послуг, як окремими підприємствами, так і регіону в цілому.

Для просування туристичного продукту області найбільш доцільним є використання наступних інформаційних технологій: реклама через Інтернет, веб-сайти, портали.

В даний час просування туристського потенціалу області здійснюється через сайт туристсько-інформаційного центру Харкова та частково через сайт Управління культури і туризму ХОДА. Але можливості сучасної всесвітньої мережі Інтернет для популяризації туристичного продукту Харківського регіону використовуються недостатньо повно і різноманітно.

Основні положення формування стратегії просування туристичного регіону через Інтернет, викладені в доповіді Всесвітньої туристичної організації “Маркетинг туристичних напрямів у режимі он-лайн” [1, с.34], але для успішного просування туристських послуг Харківського регіону зазначеним сайтам необхідно відповідати параметрам, що визначають якість туристського інтернет-ресурсу:

1. Професійний дизайн повинен залучати з першої сторінки, налаштовувати на атмосферу відпочинку, говорити про надійність, дарувати позитивні емоції, відображувати тематику послуг, що надаються, зацікавлювати і спонукати користувача скористатися послугами.
2. Завантаження сторінок має сприяти заощадженню часу

потенційних клієнтів туристських підприємств Харківського регіону.

3. Інформативність. Необхідно представити інформацію про всі райони Харківської області, зокрема, необхідно зазначити всі об'єкти та види туризму, готелі й інші місця проживання, вартість проживання, місця харчування, індустрію розваг, місця продажу сувенірної продукції, туристичні організації і маршрути; подати інформацію про транспортну, торговельну, медичну, побутову інфраструктуру.

4. Зручність навігації. Необхідно на існуючих сайтах удосконалити структуру, визначити розділи щодо інформації туристських послуг регіону.

5. Наявність зворотного зв'язку. Слід передбачити можливість спілкування з клієнтами та відвідувачами, оскільки в процесі спілкування є можливість отримувати додаткову інформацію про потреби клієнтів, їх оцінку порталу тощо.

6. Функціональні, інтерактивні сервіси. Через туристський сайт регіону можна не лише оповіщати про можливості туризму в регіоні й послуги і ціни, але й туристські форуми, наведення погоди, курсів валют з системою автоматичної конвертації, сервіси підбору турів тощо зробить ресурс привабливим і професійним.

7. Грамотна пошукова оптимізація просуне ресурс на перші рядки пошукової видачі і залучить потенційних користувачів турпослуг регіону.

Таким чином, веб-сайт може бути не лише візиткою туристичного регіону, але й маркетинговим інструментом, потужним засобом інформації, що дозволяє з'ясовувати інтереси цільової аудиторії, укріплювати імідж регіону, залучати потенційних клієнтів і партнерів, що сприятиме просуванню туристичного продукту Харківського регіону.